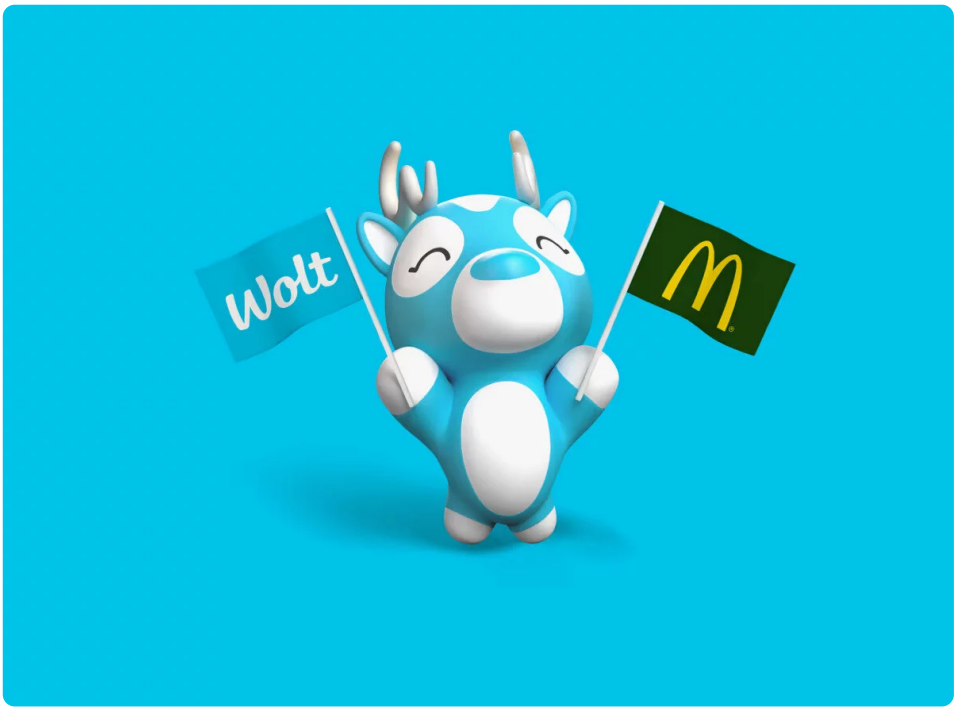
Mittwoch, 17. Juni 2026, 09:25 Uhr CEST

Wolt und McDonald's Deutschland bringen „The Golden Rider" zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ nach Deutschland

- **Goldene Kurier:innen, exklusive Gewinne und Creator-Aktivierungen machen die Begeisterung rund um die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ zu einem erlebbaren Fan-Moment**

Berlin, 17. Juni 2026 – Wolt, offizieller Turnier-Förderer der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ sowie der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2027™ in Deutschland, Norwegen, Finnland und Dänemark, und McDonald's Deutschland, offizieller Restaurant-Sponsor der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™, starten eine gemeinsame bundesweite Kampagne, die die Begeisterung rund um das Turnier direkt auf die Straßen der größten Städte des Landes bringt.



Vom 11. Juni bis 19. Juli 2026 verbindet die Kampagne Fußballkultur, Lieferdienst, Creator und Social Media zu einem vernetzten Fan-Erlebnis – mit einer zentralen Idee: „The Golden Rider".

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen spezielle Wolt-Kurier:innen in goldenen Co-Branding-Outfits, die während des Turniers McDonald’s Bestellungen in Berlin, Hamburg, Köln, Frankfurt und München ausliefern.

Doch „The Golden Rider“ geht weit über die Auslieferung hinaus. Als Social-First-Aktivierung macht die Kampagne die Kurier:innen zu mobilen Fan-Erlebnissen in der Stadt und verbindet Sichtbarkeit im öffentlichen Raum mit Creator-Content, Community-Interaktionen und überraschenden Gewinn-Momenten.

Im Rahmen der Aktivierung werden ausgewählte Creator:innen Teil der Kampagne und interagieren über Social-Media-Inhalte, Livestreams und Vor-Ort-Aktivierungen mit Fans. Exklusive Gewinne und unerwartete Fußball-Momente sollen Fans dazu animieren, teilzunehmen, Inhalte zu teilen und sich online sowie offline aktiv zu beteiligen.

Kund:innen, die während des Aktionszeitraums McDonald’s über Wolt bestellen, haben zudem die Chance auf exklusive Gewinne und Belohnungen im Rahmen der Kampagne.

Neben „The Golden Rider“ umfasst die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ Kampagne weitere Aktivierungen, die Live-Fußballmomente mit besonderen Kund:innenerlebnissen auf Wolt verbinden.

Bei ausgewählten Spielen der deutschen Männer-Nationalmannschaft können Kund:innen, die McDonald’s über Wolt bestellen, einen Rabatt von bis zu 20 Euro auf ihre nächste McDonald’s Bestellung erhalten, wenn Deutschland innerhalb von fünf Minuten nach Aufgabe ihrer Bestellung ein Tor erzielt. So wird jeder Angriff und jedes Tor zu einem zusätzlichen Spannungsmoment.

Darüber hinaus verwandelt „The Yummy Score“ ausgewählte Spielergebnisse in fußballinspirierte McDonald’s Angebote auf Wolt, die nach Abpfiff verfügbar sind und die Turnierbegeisterung über die 90 Minuten hinaus verlängern.

Gemeinsam verbinden die verschiedenen Aktivierungen Live-Fußball, Delivery, Creator-Entertainment und digitale Erlebnisse zu einer bundesweiten Kampagne, die für Aufmerksamkeit, Interaktion und unvergessliche Fan-Momente sorgen soll.

„Große Turniere wie die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ schaffen einzigartige gemeinsame Momente, die weit über das Stadion hinausreichen“, sagt **Hadi Zaklouta, General Manager von Wolt Deutschland**. „Mit ‘The Golden Rider‘ wollten wir diese Begeisterung direkt auf die Straßen bringen und eine Kampagne schaffen, die Fans sowohl online als auch im echten Leben erreicht.“

Die Kampagne wird durch einen umfassenden Media-Mix unterstützt, darunter Creator-Partnerschaften, Livestreams, Social Media, CRM-Kommunikation, In-App-Platzierungen sowie weitere spieltagsbezogene Aktivierungen. Ziel ist es, während der gesamten FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ möglichst viele Fans zu erreichen und zur Teilnahme zu motivieren.

Die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ wird das größte eigenständige Sportereignis der Geschichte und erstmals gemeinsam von Kanada, Mexiko und den USA ausgerichtet. 2027 schreibt die FIFA Frauen-Weltmeisterschaft™ ein weiteres Kapitel Geschichte und findet erstmals in Südamerika statt – Gastgeberland ist Brasilien.

Über McDonald’s Deutschland

McDonald’s ist Marktführer der deutschen System-Gastronomie und bereits seit 1971 fest hierzulande verwurzelt. Gemeinsam mit über 200 mittelständischen Franchise-Nehmer:innen beschäftigt das Unternehmen rund 64.000 Mitarbeiter:innen aus 165 Nationen, die in den knapp 1.400 Restaurants jeden Tag über 1,8 Mio. Gäste aus der ganzen Welt willkommen heißen.

Über Wolt

Wolt ist ein in Finnland gegründetes Technologieunternehmen, das sich zum Ziel gesetzt hat, das Leben in den Nachbarschaften weltweit einfacher und angenehmer zu machen. Mit seiner Plattform verbindet Wolt Menschen, die Lebensmittel und andere Produkte bestellen möchten, mit lokalen Anbietern und Kurier:innen, die diese liefern. Wolt wurde 2014 gegründet und ist seit 2022 Teil von DoorDash (NASDAQ:DASH). 2020 ist Wolt in Deutschland gestartet und ist in insgesamt mehr als 30 Ländern aktiv. Weitere Informationen auf der Wolt Website.

Kontaktdaten

Florian Anders
Head of PR & Communications Germany
florian.anders@wolt.com

Link kopieren

https://press.wolt.com/de-DE/267153-wolt-und-mcdonald-s-deutschland-bringen-the-golden-rider-zur-fifa-fussball-weltmeisterschaft-2026-nach-deutschland/